

DOI: 10.12731/2576-9782-2022-4-35-50
УДК 130.2:654.197

ЭФФЕКТЫ ВНЕДРЕНИЯ ТЕЛЕЭКРАНА В ПОВСЕДНЕВНОСТЬ И ЛИЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО

С.Л. Григорьев

Цель. Цель данного исследования – выявление и фиксация характера изменений, связанных с появлением и последующим изменением роли телевидения внутри социокультурного универсума современного человека. Анализ его особенностей, характерных черт и факторов, которые в настоящее время становятся причинами наиболее существенных изменений внутри этой сферы, фактически создающей свою собственную «вторую реальность».

Метод или методология проведения работы. В исследовании использованы исторический метод, анализа текстовых материалов, а также контент-анализ и кросс-факторный анализ источников по параметрам, обладающим содержанием, исследование которого имело значение для достижения намеченной цели. Для рассмотрения этой проблемы автор обращается к социально-философскому и антропологическому анализу роли экрана в современной культуре. В статье использован компаративный анализ, историко-философский и антропологический методы.

Результаты. В статье исследован социокультурогенез телевидения как средства массовой информации, начиная с момента создания первых телевизионных устройств до настоящего времени. Последовательно рассмотрен ряд современных воззрений на особенности влияния телевидения на восприятие и сознание телезрителя в процессе его информирования через телеэкран, проведено их сравнение. Особое внимание уделено анализу факторов влияния телевидения на формируемые основания современной массовой культуры. По результатам исследования выделены и проанализированы причины постепенной трансформации функции телевидения как

средства массового информирования в средство массового манипулирования. Выделены базисные типы социального воздействия и формирования иной, телевизионной реальности. В заключение отдельно рассмотрены процессы медиатизации социального бытия индивида, а также кризиса его культурной идентичности.

Область применения результатов. *Результаты исследования могут быть применены в сфере культурологии, философии культуры, медиасофии.*

Ключевые слова: *конвергенция модальностей; экранная культура; «вторая реальность» телевидения; медиатизация культурного пространства; гиперреальность; «человек медийный»; кризис культурной идентичности*

THE EFFECTS OF THE INTRODUCTION OF THE TV SCREEN IN EVERYDAY AND PERSONAL SPACE

S.L. Grigoryev

Purpose. *The purpose of this study is to identify and fix the nature of the changes associated with the emergence and subsequent change in the role of television within the sociocultural universe of modern man. An analysis of its features, characteristics and factors that are currently causing the most significant changes within this sphere, which actually creates its own “second reality”.*

Methodology. *The study used the historical method, analysis of textual materials, as well as content analysis and cross-factor analysis of sources in terms of parameters that have content, the study of which was important to achieve the intended goal. To consider this problem, the author turns to the socio-philosophical and anthropological analysis of the role of the screen in modern culture. The article uses comparative analysis, historical-philosophical and anthropological methods.*

Results. *This article explores the historical socio-cultural genesis of television as a mass media, from the moment the first television devices were created to the present. A number of modern views on the peculiar-*

ities of the influence of the fact of the appearance of television on the perception and consciousness of the viewer in the process of informing him through the television screen are consistently considered, and their comparison is made. Particular attention is paid to the analysis of the factors of influence of television on the foundations of modern mass culture formed by it. According to the results of the study, the origins and reasons for the gradual transformation of the main function of television from mass information to equally massive manipulation are identified and analyzed, within which the basic types of social impact and the formation of a different, television reality are identified. In conclusion, the processes of mediatization of the social existence of an individual, as well as the crisis of his cultural identity, are considered separately.

Practical implications. *This allows, from the author's point of view, to consider the role of the screen and the digital effects produced by it in modern culture, as well as to develop an integrative approach to understanding screen culture as a whole.*

Keywords: *convergence of modalities; screen culture; "second reality" of television; mediatization of cultural space; hyperreality; "media man"; crisis of cultural identity*

Введение

Цель данного исследования – выявление и фиксация характера изменений, связанных с появлением и последующим изменением роли телевидения внутри социокультурного универсума современного человека. Анализ его особенностей, характерных черт и факторов, которые в настоящее время становятся причинами наиболее существенных изменений внутри этой сферы, фактически создающей свою собственную «вторую реальность».

Материалы и методы

В исследовании использованы исторический метод, анализа текстовых материалов, а также контент-анализ и кросс-факторный анализ источников по параметрам, обладающим содержанием, исследование которого имело значение для достижения намеченной цели.

Результаты и обсуждение

Появление первых предположений, а затем и более конкретных идей по поводу самой возможности передачи движущегося изображения на расстояние от источника к реципиенту относится еще к позапрошлому веку. Телевидение, если не в том техническом облике, в котором мы видим его сегодня, то в виде хотя бы своих первых технических образцов, с полным правом можно назвать детищем совместных усилий теоретической физики, конструирования и изобретательской практики, которое при отсутствии соответствующей активности хотя бы одной из этих сторон навряд ли смогло бы увидеть свет. Собственно сам термин «tele-vised» смешанного греко-латинского происхождения, возник в языке много позже, нежели миру были явлены устройства, которые формально можно было бы отнести к именно этому типу передачи и воспроизведения на экране соответствующего электрического сигнала. Продолжительное время научные и научно-популярные дискуссии возникали вокруг обсуждения самой возможности «электрической телескопии», «дистантной телескопии», «электрического дальновидения» и т.п., причем с трудом сдерживаемые эмоции спорящих сторон часто отгесняли соображения науки и техники. Одни утверждали, что это все-таки возможно при условии успешного решения целого ряда принципиально новых задач, другие считали это сюжетом фантастической литературы. В самом конце XIX века (декабрь 1899 года) была подана даже заявка на технический проект устройства для передачи на расстояние цветного изображения [12, с. 70]. Правда, после этого человечество почти полвека довольствовалось только черно-белым вариантом такой передачи – и это был именно тот случай, когда практика определенно не поспевала за теорией.

Все технические прообразы первых телевизионных приёмников имели в своей основе катодо-вакуумную трубку, на небольшом экране которой, покрытом люминофором, в соответствии с открытием русского физика А.Г. Столетова, и под воздействием направленного катодного луча, возникало явление фотоэффекта – движущееся изображение, которое можно было видеть также и снаружи трубки

[12, с. 71]. Такие трубки до сих пор используются в некоторых моделях осциллографов, тогда как устройство современного телевизора в этом отношении успело к настоящему времени сделать несколько решительных шагов вперед. Первым шагом в этом отношении стало изобретение русским физиком Б.Л. Розингом в 1907 году растровой развертки катодного пучка вместо прежней механической [12, с. 71], что позволило повысить ее частоту и плотность строк на экране, в результате чего изображение стало более четким, естественным и динамичным. В дальнейшем именно телевидение и сами телевизионные устройства стали тем испытательным полигоном, на котором научно-теоретическая и инженерно-техническая мысль на протяжении всего прошлого века пытались реализовать свои самые смелые идеи и изобретения. На бытовом уровне неискушенным обывателем сам процесс появления все более новых и технически все более совершенных моделей бытовых телевизионных приемников, которые в последнее десятилетие были дополнены также и самой разнообразной внешней периферией, воспринимался почти как священнодействие. В каком-то смысле можно утверждать, что именно бытовой телевизор и являл уровнем своего инженерно-технического совершенства тот фасад, которым общий НТП прошлого века был обращен к простому обывателю [13, с. 53].

Начало регулярного телевидения впервые было организовано в течение 1928–1929 годов в Чикаго, причем видеосигнал передавался в одном диапазоне радиоволн одной радиостанцией, а сопровождающий его аудиосигнал – в другом диапазоне радиоволн другой радиостанции. В СССР регулярное телевидение началось только спустя пять лет, в ноябре 1934 года. В том же году немецкой радиовещательной компании RRG удалось технически совместить видео- и аудио-каналы передачи единого телесигнала, и далее прогресс в этой сфере шел уже чисто по линии достижения все более и более высокого инженерно-технического совершенства [9, с. 32].

Однако у этого процесса оказалась и своя обратная сторона – вновь возникший спектр проблем совершенно иного порядка приобретал все более значимые очертания по мере повышения общего

уровня инженерно-технического совершенства всей сферы телевидения. Росла массовость, широта охвата, спектр доступных возможностей, качество передачи и воспроизведения телесигнала, удобство пользования становящихся все более доступными телевизионными приемниками. В сфере традиционных масс-медиа располагающее этими возможностями телевидение стало стремительно теснить всю бумажную прессу (газеты, журналы, ежегодники) и массовое радиовещание, поскольку движущейся картинке, как самой доступной по своему характеру для человеческого восприятия формы информации, не было ни у кого из них [10, с. 75]. В каком-то смысле телевидение по своей модальности конвергировало все эти исторически сложившееся на протяжении столетий формы предоставления прежде всего новостной информации своему читателю – слушателю воедино, тем самым даже поставив на какое-то время вопрос об исторической целесообразности их дальнейшего сохранения: телевидение чувствовало себя готовым заменить их все [4, с. 19].

Развивающаяся хронологически почти параллельно с телевидением сфера художественного кинематографа показала пример создания любого визуального видеоряда внутри любого сюжетного контекста и, переняв от искусства кино эти новые возможности, телевидение перестало быть только новостным ресурсом – появились телепостановки, телесериалы, телевизионный театр и другие новые ресурсы целевого, определенного назначения – вплоть до телевизионной утренней гимнастики. Обладая способностью трансляции движущегося изображения, телевидение тем самым обрело беспрецедентный по своей широте спектр возможностей и форм обращения, а позже – также и организации диалога (с подключением других средств связи) со своим телезрителем. Постепенно возникло и стало укрепляться осознание того, что телевидение, посредством манипулирования предъявляемой восприятию телезрителя информацией, может влиять не только на это самое зрительское восприятие, но и на его общее мировосприятие, мировоззрение (во многих языках это – один и тот же термин), на его глубинные ценностные, и даже моральные установки [11, с. 59]. Принимая во внимание тот факт, что телевидение показывает

«здесь и сейчас» своему зрителю то, что происходит где-то от него очень далеко в любой точке мира (и не обязательно «сейчас»), равно как и то, что зритель не имеет возможности перенестись в эту точку для того, чтобы реализовать свое право на референцию показанного, именно телевидение в настоящее время является одним из самых эффективных инструментов создания в восприятии и сознании своего зрителя такого образа внешнего мира, достоверность которого этот зритель проверить не имеет возможности, за исключением тех крайне редких случаев, когда показанное происходит где-то в непосредственной от него близости. С какого-то момента, относимого по большей части к обострению отношений между мировыми центрами силы, актуальность самой проблемы этого влияния, быстро трансформировавшегося в манипулирование, перестала вызывать хоть какие-то сомнения, и тем самым была положена автором в обоснование актуальности настоящего исследования.

Появление в личном универсуме человека телевизионного экрана обнаружило и по сей день продолжает обнаруживать целый ряд социальных и медийных эффектов. Наиболее впечатляющим из них является сформировавшийся в течение последних лет процесс общей медиатизации социальной и культурной жизни индивида, основным формирующим фактором и движущим механизмом которого стало именно телевидение [1, с. 14].

Согласно классическим исследованиям Ж.Бодрийяра, как отмечает исследователь Л. В. Акимова, телевидение (так же, как и кинематограф) привносит в сферу человеческого потребления товар, спрос на который, внутри сферы культурных запросов индивида и общества, не исчезал никогда, и этот товар – зрелище [3, с. 102]. В системе символического потребления, где процесс потребления есть все, а цель его часто не имеет значения, потребление зрелища в качестве товара имеет своей основной целью эффект, который оно оказывает на восприятие и сознание индивида, при этом достоверность его содержательной стороны затмевается этим эффектом и уходит на задний план.

В связи с быстрым распространением Интернета прогнозировалось угасание телевидения. Ожидания не оправдались, так как, во-

первых, распространение кабельного телевидения в 2010-х годах спровоцировало новую сериальную революцию; во-вторых, феномен стриминговых платформ предоставил телевидению возможность для нового культурного бытия. Кабельные сериалы стали зрелищным продуктом, качественно и содержательно отличающимся от «мыльных опер» середины XX века. Маркерами уважения к интеллекту и вкусу зрителя кабельных каналов (это в большинстве своём были образованные представители поколений X и Y) стали упразднение закадрового смеха, усложнение проблематики, многообразные эстетические эксперименты (полиэкранный, съёмки ручной камерой, монохром, слом четвертой стены и т.п.) С нашей точки зрения, важным изменением, благотворно повлиявшим на мировоззренческие алгоритмы нового сериального зрителя, а затем стримингового реципиента, является замена вертикального повествования горизонтальным, то есть отдельные короткие сюжеты каждой серии, ранее провоцировавшие формирование клиповости мышления, сменились большим нарративом, подобным романному повествованию.

Процесс потребления зрелища характеризуется двумя важнейшими особенностями, связанными со спецификой самого этого товара: во-первых, оно должно эмоционально захватывать восприятие телезрителя и, во-вторых – должно обязательно формировать внутри этого восприятия эффект его же личного присутствия [8, с. 63]. Именно на достижение этих двух эффектов (результатов) и направлен, по сути, процесс бесконечного технического совершенствования всей системы современного телевидения. Создаваемая им «вторая реальность» в итоге должна не просто потеснить «первую», она должна стать исчерпывающей и единственной в восприятии и сознании индивида. Это должно быть именно так, потому что истинный симулякр (в терминах Ж. Бодрийяра), или истинный спектакль (в терминах Г. Дебора) не только не должен оставаться незаметным – он не должен таиться, смело выставляя себя напоказ, и не беспокоясь при этом за неизбежность монополии собственной гиперреальности.

Современный мир движется к этому ускоренными темпами, даже несмотря на постоянно присутствующее в социуме чувство глубокого

общественного недоверия к «голубому экрану», примерно половина того же социума (в средней статистике по всему миру) отмечает «высокую социальную ответственность современного телевидения» [15, с. 139]. Как первое со вторым может сосуществовать в уме и сердце современного индивида, остается парадоксом. Возможно, что в сравнении с интернетом, откуда порой извлекаются совсем уж фантастические сведения, выдаваемые за реальные события, и формируется этот позитивный (в сторону телевидения) контраст. Кроме того, телевидение более решительно нежели интернет и жадно впитывает в себя любые новые информационные технологии, включая и те, которые обладают какими-либо непроверенными эффектами, ибо цель применения этих технологий всегда одна и та же – создание собственной медиареальности, способной заместить и вытеснить из сознания массовой телеаудитории все остальные, менее красочные и зрелищные формы реальности настоящей [2, с. 47]. В этом отношении телевидение, в своем глубинном целеполагании, несмотря на все еще сохраняющиеся положительные оценки, содержательно смыкается с информационным заполнением виртуального пространства мировой Сети, создавая и предлагая своему зрителю контент, потакающий любым его низменным вкусам и запросам, и тем самым, наравне с интернетом, становясь одним из основных генеративов современного масскульта – навязчивого, агрессивного и нацеленного на бесконечное потребление [14, с. 81].

Тем самым влияние телевидения на общество и его культуру через сферу коммуникации становится всепроникающим, тотальным, преобразующим все сферы материальной и, особенно, духовной активности социума, его не только коллективные, но и индивидуальные формы социальной практики. В результате современный индивид все менее остается самим собой, «естественным» и, утрачивая это изначальное качество, превращается во все более медийно-зависимого – *Homo medialis* (букв. «Человек средний, срединный» – лат.). Самой впечатляющей отличительной особенностью *Homo medialis* становится его прогрессирующая неспособность воспринимать реальность в отрыве от ее экранного изображения, т.е. в экзистенции *Homo medialis* простой телевизор из обычного предмета бытового оби-

хода превращается чуть ли не в единственный источник референции, поскольку какие-либо источники «печатного слова» Homo medialis, как правило, не читает. Образ реальности и сколь-либо целостное представление о мире формируются в таком сознании посредством примитивной зрительной обработки взаимосвязанной череды их медийных копий, бесконечно воспроизводимых экраном телевизора при всяком включении [7, с. 76].

Транслируемая телевидением информация становится основным способом симуляции бытия не только самого Homo medialis, но и всей окружающей его реальности и признается реальностью в его личном и в широком массовом представлении после того, как становится информацией. Таким образом, контролируемое манипулятивное телевидение становится фактическим творцом углубляющегося кризиса идентичности не только отдельного индивида и социума в целом, но и всей окружающей их реальности, как таковой. А поскольку этот процесс не предполагает своего формального завершения, вопрос о будущем современного, динамично развивающегося телевидения, остается открытым.

Заключение

Какие выводы напрашиваются из сказанного выше:

1. Именно телевидению суждено было стать неформальным репрезентантом достигнутого уровня НТП для обычного, простого телезрителя прошлого столетия.

2. Обладая принципиально новыми возможностями, своим появлением телевидение ощутило потеснило в медийном пространстве все прежние традиционные виды масс-медиа – газеты, журналы, массовое радиовещание.

3. В отличие от всех прежних видов СМИ, телевидение смогло создать для массового телезрителя цельный образ своей собственной реальности, способный успешно конкурировать с образами реальности настоящей.

4. Постепенно телевидение, приобретая манипулятивные черты, превратилось в один из образующих элементов системы современного масскульта, ориентированного преимущественно на потребление.

5. Именно телевидение, наряду с интернетом, являются сегодня основными инструментами создания тотального кризиса идентичности, проявляющегося в культуре современного общества как на индивидуальном, так и на массовом уровне.

Список литературы

1. Акимова И.А. Роль телевидения в жизни человека // Манускрипт. 2017. № 20(84). С. 13 – 15.
2. Акимова И.А. Телевидение как средство массовой коммуникации: основные черты и специфика их проявления // Общество: философия, история, культура. 2017. № 12. С. 46 – 48.
3. Акимова Л.В. Жан Бодрийяр о феномене массовых коммуникаций в обществе потребления // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2012. № 3. С. 101 – 110.
4. Винтерхофф-Шпурк П. Медиapsихология. Основные принципы. 2-е изд-е, испр., перераб. и доп. / пер. с нем. А. В. Коченгина, О. А. Шипиловой. Харьков: Гуманитарный центр, 2016. 268 с.
5. Григорьев С.Л. Манипулятивные технологии экранной культуры: к постановке проблемы // Современные исследования социальных проблем. 2021. Т. 13. № 4-2. С. 198-204.
6. Григорьев С.Л. Человек и экран: Vis-à-Vis // У разрыва : Сборник материалов Второй международной научно-практической конференции, Краснодар, 24 июня 2021 года / Под общей редакцией И.В. Кочубея, Н.В. Харсеевой, отв. за выпуск П.С. Волкова. Краснодар: Издательство «Магарин Олег Григорьевич», 2021. С. 12-17.
7. Гудяков Р.В. Драматизация информации на телевидении как проявление кризиса идентичности в обществе // Вестник МГУ. 2009. № 4. С. 75–80.
8. Залипятских Ю.А. Специфика психологического воздействия телевидения на современное общество // Массовая коммуникация в современном мире: вызовы и перспективы. Материалы Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и аспирантов. Юго-Западный государственный университет; ответственный редактор О.В. Лагутина. 2014. С. 61-63.

9. Котлованова К.А. Влияние телевидения на современное общество // Медиа. Информация. Коммуникация. 2017. № 20. С. 28-38.
10. Лобанова Ю.В. От телевидения к Интернету: открытая стратегия коммуникации // Точки над Ё. 2012. № 1. С. 74-77.
11. Луков В.А., Луков М.В. Телевидение в современной культуре повседневности: тезаурусный анализ // Наука телевидения. 2011. № 12. С. 57-74.
12. Махровский О.В. «Television»: связь через века // The century of quality – Общество с ограниченной ответственностью «НИИ экономики связи и информатики «Интерэкомс». 2010. № 4. С. 70-72.
13. Махровский О.В. Интегральная широкополосная связь на широкоэмитательных сетях. Европейский проект сети с полным набором услуг на базе сетей кабельного телевидения // Broadcasting: Телевидение и радиовещание. 1999. № 3. С. 52-57.
14. Полуэктова И.А. Социокультурные эффекты медиатизации телевидения // Знание. Понимание. Умение. 2018. № 4. С. 71-82.
15. Руденко А.М., Котлярова В.В. Воздействие средств массовой коммуникации на современное общество // Медиаобразование. 2017. № 3. С. 134-142.
16. Суродина Н.Р. Культурная интроспекция XX столетия и современности: Материалы к спецкурсу по культурологии. Волгоград: Издательство ВГПУ «Перемена», 2002. 60 с.
17. Терещенко Н. А. Шатунова Т. М. Кино и массы // Казанский социально-гуманитарный вестник. 2010. № 2(2). С. 98-101.
18. Беляев, Д. А. Экранизация политики в контексте современной медиакультуры: социально-философский анализ / Д. А. Беляев, И. Н. Скрипкин // Современные исследования социальных проблем. 2021. Т. 13. № 1-2. С. 14-18.
19. Волкова, Н. А. Виртуальный образ города сквозь призму лексики медийного и повседневного дискурсов / Н. А. Волкова // Современные исследования социальных проблем. 2016. № 3-2(27). С. 135-163.
20. Глебова, Е. А. Обзор современных молодежных субкультур в эпоху медийной глобализации / Е. А. Глебова, С. В. Баталин // Современные ис-

- следования социальных проблем (электронный научный журнал). 2018. Т. 9. № 6-1. С. 36-47. <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2018-6-36-47>
21. Ивенкова, О. А. Повседневность как основа бытия социального субъекта / О. А. Ивенкова, Т. В. Фаненштиль // Современные исследования социальных проблем. 2021. Т. 13. № 3. С. 117-130. <https://doi.org/10.12731/2077-1770-2021-13-3-117-130>
22. Козлова, Е. Г. Медиатизация культуры и мифы современности / Е. Г. Козлова // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2015. № 8. С. 428-438. <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2015-8-35>
23. Тарасов, А. Н. Трансформация роли СМИ в современной культуре / А. Н. Тарасов, О. А. Бессонова, Е. О. Лунева // Современные исследования социальных проблем. 2021. Т. 13. № 2-2. С. 41-45.
24. Экологические практики как способ интериоризации экологической модели поведения учащейся молодёжи / М. Х. Ахметова, Е. Ю. Бобкова, Т. А. Магсумов, Я. А. Максимов // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2017. Т. 8. № 7. С. 330-346. <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2017-7-330-346>

References

1. Akimova I.A. Rol' televideniya v zhizni cheloveka [The role of television in human life]. *Manuskript*, 2017, no. 20(84), pp. 13 – 15.
2. Akimova I.A. Televidenie kak sredstvo massovoj kommunikacii: osnovnye cherty i specifika ih proyavleniya [Television as a means of mass communication: the main features and specifics of their manifestation]. *Obshchestvo: filosofiya, istoriya, kul'tura*, 2017, no. 12, pp. 1 – 4.
3. Akimova L.V. Zhan Bodrijyar o fenomene massovykh kommunikacij v obshchestve potrebleniya [Jean Baudrillard on the phenomenon of mass communications in a consumer society]. *Gumanitarnye issledovaniya v Vostochnoj Sibiri i na Dal'nem Vostoke*, 2012, no. 3, pp. 101 – 110.
4. Vinterhoff-SHPurk P. *Mediapsihologiya. Osnovnye principy* [Media psychology. Basic principles]. 2-e izd-e, ispr., pererab. i dop. / per. s nem. A. V. Kochengina, O. A. SHipilovoj. Har'kov: Gumanitarnyj centr, 2016, 268 p.

5. Grigoryev S. L. Manipulyativny`e tehnologii e`krannoj kul`tury`: k postanovke problemy` [Manipulative technologies of screen culture: to the problem statement]. *Sovremennye issledovania socialnyh problem* [Modern Studies of Social Issues], 2021, vol. 13, no 4-2, pp. 198-204.
6. Grigor`ev S.L. CHelovek i ekran: Vis-à-Vis [Man and Screen: Vis-a-Vis]. *U razryva* : Sbornik materialov Vtoroj mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii, Krasnodar, 24 iyunya 2021 goda / Pod obshej redakciej I.V. Kochubeya, N.V. Harseevoj, otv. za vypusk P.S. Volkova. Krasnodar: Izdatel'stvo "Magarin Oleg Grigor`evich", 2021, pp. 12-17.
7. Gudyakov R.V. Dramatizaciya informacii na televidenii kak proyavlenie krizisa identichnosti v obshchestve [Dramatization of Information on Television as a Manifestation of Identity Crisis in Society]. *Vestnik MGU*, 2009, no. 4, pp. 75 – 80.
8. Zalipyatskih YU.A. Specifika psihologicheskogo vozdejstviya televideniya na sovremennoe obshchestvo [The specificity of the psychological impact of television on modern society]. *Massovaya kommunikaciya v sovremennom mire: vyzovy i perspektivy*. Materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii studentov, magistrantov i aspirantov. YUgo-Zapadnyj gosudarstvennyj universitet; otvetstvennyj redaktor O.V. Lagutina, 2014, pp. 61-63.
9. Kotlovanova K.A. Vliyanie televideniya na sovremennoe obshchestvo [The influence of television on modern society]. *Media. Informaciya. Kommunikaciya*, 2017, no. 20, pp. 28-38.
10. Lobanova YU.V. Ot televideniya k Internetu: otkrytaya strategiya kommunikacii [From TV to the Internet: an open communication strategy]. *Tochki nad YO*, 2012, no. 1, pp. 74-77.
11. Lukov V.A., Lukov M.V. Televidenie v sovremennoj kul'ture povsednevnosti: tezaurusnyj analiz [Television in the modern culture of everyday life: a thesaurus analysis]. *Nauka televideniya*, 2011, no. 12, pp. 57–74.
12. Mahrovskij O.V. «Television»: svyaz' cherez veka [“Television”: connection through the ages]. *The century of quality – Obshchestvo s ogranichennoj otvetstvennost'yu* “NII ekonomiki svyazi i informatiki “Interekoms”, 2010, no. 4, pp. 70 – 72.

13. Mahrovskij O.V. *Broadcasting: Televidenie i radioveshchanie*, 1999, no. 3, pp. 52-57.
14. Poluektova I.A. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, 2018, no. 4, pp. 71–82.
15. Rudenko A.M., Kotlyarova V.V. *Mediaobrazovanie*, 2017, no. 3, pp. 134 – 142.
16. Surodina N.R. *Kul'turnaya introspekciya HKH stoletiya i sovremennosti* [Cultural introspection of the 20th century and the present]: Materialy k speckursu po kul'turologii. Volgograd : Izdatel'stvo VGPU "Peremena", 2002, 60 p.
17. Tereshchenko N. A. SHatunova T. M. *Kazanskij social'no-gumanitarnyj vestnik*, 2010, no. 2(2), pp. 98-101.
18. Belyaev D.A., Skripkin I.N. Screening of politics in the context of modern media culture: socio-philosophical analysis. *Modern Studies of Social Issues*, 2021, vol. 13, no. 1-2, pp. 14-18.
19. Volkova N.A. The online image of the russian city in both media and local discourses. *Modern Studies of Social Issues*, 2016, no. 3-2(27), pp. 135-163.
20. Glebova E.A., Batalin S.V. Review of modern youth subcultures in the age of media globalization. *Russian Journal of Education and Psychology*, 2018, vol. 9, no. 6-1, pp. 36-47. <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2018-6-36-47>
21. Ivenkova O.A., Fanenstil T.V. Everydayness as the basis of being social entity. *Modern Studies of Social Issues*, 2021, vol. 13, no. 3, pp. 117-130. <https://doi.org/10.12731/2077-1770-2021-13-3-117-130>
22. Kozlova E.G. Mediatization of culture and myths of modern times. *Russian Journal of Education and Psychology*, 2015, no. 8, pp. 428-438. <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2015-8-35>
23. Tarasov A.N., Bessonova O.A., Luneva E.O. Transformation of the role of the media in modern culture. *Modern Studies of Social Issues*, 2021, vol. 13, no. 2-2, pp. 41-45.
24. Akhmetova M.K., Bobkova E.Y., Magsumov T.A., Maksimov Y.A. Environmental practices as the means of developing ecological behavioural model in students. *Russian Journal of Education and Psychology*, 2017, vol. 8, no. 7, pp. 330-346. <https://doi.org/10.12731/2218-7405-2017-7-330-346>

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Григорьев Сергей Леонидович, кандидат философских наук, доцент кафедры философии,
Российский государственный аграрный университет – МСХА им К. А. Тимирязева,
ул. Тимирязевская, 49, г. Москва, 127434, Российская Федерация
grigoryevdiss@gmail.com

DATA ABOUT THE AUTHOR

Sergey L. Grigoryev, PhD in Philosophy, Associate Professor of the Department of Philosophy
Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy named after K. A. Timiryazev
49 Timiryazevskaya Street, Moscow, 127550, Russian Federation
grigoryevdiss@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9143-0636>
SPIN-code: 6509-7292
ResearcherID: AAD-9537-2022
Scopus Author ID: 57671205500

Поступила 08.11.2022

После рецензирования 08.12.2022

Принята 20.12.2022

Received 08.11.2022

Revised 08.12.2022

Accepted 20.12.2022